

## UM RETRATO DE SAÚDE: A IMAGEM NO JORNALISMO IMPRESSO

**Emiliana Sofia Gomes\***

Universidade do Minho  
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade  
sofiagomes\_11@hotmail.com

**Felisbela Lopes\*\***

Universidade do Minho  
flopes@reitoria.uminho.pt

### Resumo

O trabalho que aqui se apresenta tem como principal finalidade refletir sobre o papel da imagem no jornalismo impresso português, na temática específica da saúde.

Não sendo apresentado um *corpus* extenso de imagens, optou-se por centrar as reflexões numa abordagem teórica, servindo a imagem escolhida apenas para ilustrar as ideias referidas.

Como resultado, parece não existir uma iconicidade nas imagens de saúde, apontando-se o aspeto indicial destas. Neste sentido, as imagens de saúde não representam a realidade por semelhança, apresentam antes pontos de vista que são reconhecidos por um visionador que se quer socialmente contextualizado.

**Palavras-chave:** imagem, jornalismo de saúde, jornalismo impresso, comunicação em saúde

### Abstract

The work here presented has as main purpose to reflect on the role of image in Portuguese print journalism, specifically in health news. Not being presented as an extensive corpus of pictures, we decided to focus on the reflections in a theoretical approach, serving the image chosen only to illustrate the ideas. As a result, it seems that there is no iconic images of health, pointing the indicial aspect of these. In this sense, the images of health do not represent the reality by similarity feature, but viewpoints that are recognized by a previewer to be socially contextualized.

**Key-words:** image, health journalism, print journalism, health communication

### Introdução

Este artigo tem como principal finalidade abordar a questão do jornalismo de saúde português com o auxílio da imagem.

---

\* Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho. Doutoranda na mesma universidade, no Curso de Doutoramento em Ciências da Comunicação. Investigadora do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

\*\* Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho, Pró-reitora da UMinho e professora do Departamento de Ciências da Comunicação. Autora dos livros: A tv do real; A tv das elites; A tv do futebol; e O telejornal e o serviço público

Numa fase inicial, procura-se contextualizar o trabalho, fazendo referência a campos de estudo como a comunicação em saúde e o jornalismo em saúde. Obviamente, isto só é verificável se se atender ao conceito de saúde. Posteriormente, chega-se a uma fase em que se apresenta, sucintamente, as conceções de semiótica e semiótica social, que são, na realidade, a base da análise feita mais adiante.

De modo a justificar a escolha desta temática, apresenta-se, também, uma breve reflexão sobre o conceito de imagem, fotografia e fotojornalismo. E, chegado o momento de partir para a análise concreta da imagem escolhida, são apresentados alguns contributos de autores da semiótica social e faz-se uma observação mais intensa ao que a imagem escolhida pode querer mostrar ao seu visionador. Naturalmente esta observação é apenas um ponto de vista adotado. Muitas outras reflexões poderiam ser tidas em conta aquando da visualização da imagem.

### **Comunicar saúde**

O conceito de saúde e de vida saudável tem sofrido metamorfoses, passando de um direito social para uma escolha do indivíduo (Stotz, 1993: 5). Se, por um lado, é um conceito socialmente reconhecido pelas "aspirações individuais ou de grupos, construídas consensualmente ou impostas, em torno de ideais de vida saudável", por outro, é reconhecido pela "doença, incapacidade ou sofrimento admitidos de acordo com os papéis e status dos indivíduos" (1993: 5). Stotz compreende, então, a saúde como a "expressão ideológica do liberalismo" (*ibidem*).

Com uma feição menos idílica, Xavier (2006: 50) desenvolve que "saúde é mercadoria", e que as "tentativas de apropriação do conceito obedecem a uma finalidade quase única: a comercialização". Isabel Araújo procura, também ela, clarificar o conceito e cita Ribeiro (1994), acrescentando que saúde "varia em função do contexto histórico e cultural, social e pessoal, científico e filosófico, espelhando a variedade de contextos e a experiência humana" (Araújo, 2004: 34). Esta observação será valiosa mais adiante, aquando da reflexão no contexto da semiótica social.

Embora este trabalho verse sobre a imagem no jornalismo de saúde, torna-se igualmente indispensável referir o conceito de comunicação em saúde, uma vez que a própria imagem é um modo de comunicar. Assim, segundo Kreps (2012), o apogeu do desenvolvimento da comunicação em saúde deu-se nos anos 70 e 80, altura em que se iniciou uma emocionante investigação científica e social neste campo de estudos,

procurando entender-se a influência da comunicação humana na promoção da saúde.

Nesta ordem de ideias, Renaud e Sotelo entendem a comunicação em saúde como "o estudo e utilização de estratégias de comunicação interpessoais, organizacionais e mediáticas destinadas a informar e influir nas decisões individuais e coletivas propícias à melhoria da saúde" (2007: 215).

Não tendo o propósito de explorar afincadamente a questão da comunicação em saúde, parece igualmente interessante referir aqui a questão do jornalismo em saúde. Segundo Lopes *et al.*, "o campo da informação sobre saúde em Portugal é controverso, pairando um sentimento de insatisfação entre os agentes envolvidos" (2012: 129). De acordo com a lógica das autoras, "o processo de produção informativa, que envolve meios de comunicação social, organizações e indivíduos, é considerado frágil e pouco preparado para responder às necessidades da sociedade" (*ibidem*).

Perante isto, e considerando que, "no caso concreto do jornalismo da saúde, grande parte dos cidadãos encontra nos média o seu principal meio de informação e de participação" (Lopes *et al.*, 2012: 166), o trabalho que aqui se apresenta procura dar um contributo positivo ao estudo da forma como o jornalismo em saúde é dado a ver aos leitores.

### **Semiótica e semiótica social**

Mas, antes de partirmos para a análise da imagem em concreto, e tratando-se este trabalho de um ensaio no âmbito da semiótica, não poderia deixar de ser útil definir brevemente este campo de estudo. Assim sendo, segundo Carmelo, "a semiótica é uma área do saber muito antiga e, por isso mesmo, conviveu, em épocas e circunstâncias diversas, com outros saberes, nomeadamente com a lógica, a filosofia, as gramáticas, a hermenêutica, a teologia ou a própria tradução" (2003: 9). De acordo com o autor, "não há dois manuais, nem dois autores que assumam uma definição fechada, idêntica e fixa de semiótica" (Carmelo, 2003: 10). Contudo, se fizermos uma procura do termo 'semiótica' num dicionário de língua portuguesa, encontramos o seguinte:

"LINGUÍSTICA: ciência que se dedica ao estudo dos signos; estudo das mudanças que a significação das palavras, como sinais das ideias, sofre no espaço ou no tempo; LITERATURA: ciência que estuda os sinais ou sistemas de sinais utilizados na comunicação e o seu significado; MEDICINA: estudos dos sintomas das doenças [do grego semeiotiké, 'a arte dos sinais']"

(Infopédia - Enciclopédia e Dicionários Porto Editora)

José Augusto Mourão e Maria Augusta Babo consideram que a semiótica pode ser agrupada em várias 'famílias', unidas pelo propósito de saber "como se constrói o funcionamento simbólico da atividade de linguagem em sociedade" (2007: 11). Para os autores, a principal finalidade da semiótica será a de "explicitar, sob a forma de uma construção concetual, as condições da apreensão e da produção de sentido, quaisquer que sejam os suportes significantes em jogo" (Mourão & Babo, 2007: 11). Desta forma, a semiótica pode ser ponderada como uma "ciência simultaneamente interpretativa, que fornece poderosos instrumentos analíticos para o estudo da nossa percepção de realidade, e uma ética" (*ibidem*). Na realidade, não existe uma semiótica, existem várias metodologias semióticas, cujo aspeto comum é o "reconhecimento de uma relação ou, mais exatamente, de uma complementaridade entre significante e significado, entre o plano da expressão e o plano do conteúdo" (Mourão & Babo, 2007: 12).

Embora tenham significados diferentes, de acordo com o Dictionnaire de linguistique (1973), os termos de semiologia e semiótica designam os sistemas de significação ou de signos. Assim, "o objeto da semiologia saussuriana é, de facto, 'o estudo dos signos no seio da vida social'" (Mourão & Babo, 2007: 14).

De um modo geral, a semiótica baseia-se no pressuposto de que o mundo é inteligível enquanto sentido orientado e saber partilhado. Para Silveira, a semiótica deve ser entendida como uma ciência cujo objetivo é estudar os signos, sendo eles sinais que representam determinada coisa, ou seja, podendo ser "objetos percetíveis ou apenas imagináveis" (2005: 116). A autora baseia-se, aqui, na ideia de Peirce de que o signo pode ser "tudo aquilo que representa algo para alguém" (*ibidem*).

A par do que foi referido sobre semiótica, parece-me adequado afunilar o assunto de modo a centrarmo-nos concretamente no contexto da semiótica social. À semelhança do método que foi utilizado para o conceito de semiótica, também no caso da semiótica social serão apresentadas algumas tentativas de definição.

Partindo deste pressuposto, começaremos, então, com a opinião de Carvalho que contempla a semiótica social como uma disciplina ou uma linha de pensamento que "concebe os textos de uma perspetiva multimodal, incluindo os diferentes recursos semióticos através dos quais a linguagem é realizada" (2010: 71). Também Hodge e Kress (1988) deram o seu contributo para a semiótica social, defendendo uma noção de semiose como 'processo dinâmico', em que se deve ter em conta os usos dos sistemas semióticos nas práticas sociais. Do mesmo modo, Descardecí desenvolve que, no âmbito da semiótica social, "a língua é entendida como parte de um contexto sociocultural, no qual

cultura em si é entendida como produto de um processo de construção social" (2002: 20). Para a autora, na semiótica social, "sinais são convenções sociais culturalmente dependentes, e constantemente criados e re-criados nas interações pessoais" (*ibidem*).

Segundo Gunther Kress e van Leeuwen (2005) - autores segundo os quais se vai centrar a análise da imagem escolhida para este trabalho -, na semiótica social não existem objetos ou elementos, mas participantes representados. Nesse sentido, estabelecem uma classificação segundo dois tipos de participantes: participantes representados ou participantes interativos. Os participantes representados são aqueles que são o assunto da comunicação, isto é, pessoas, lugares ou coisas representadas, enquanto os participantes interativos são os que participam no ato de comunicação, ou seja, os que falam, ouvem, fazem imagens ou veem (Kress & van Leeuwen, 2005).

Décadas antes, já Michael Halliday (1978) sustentava que a linguagem é um facto social, pelo que a abordagem linguística possa não ser suficiente para a compreender. Desta forma, a autora colocou em causa a tradicional distinção entre linguagem e sociedade estipulada pelos linguistas e apontou algumas funções da linguagem segundo a semiótica social: a função referencial, interpessoal e textual.

Não nos centrando apenas no que diz respeito à linguagem, mas embrenhando um pouco no âmbito da semiótica social da comunicação visual, seria útil refletir sobre o ponto de vista de Carvalho, que aponta a semiótica social da comunicação visual como uma disciplina funcionalista, uma vez que concebe que "os recursos visuais são processados para realizar tipos específicos de trabalho semiótico" (2010: 72). Desta definição o autor retomou o trabalho de Halliday e abordou as três metafunções. A ideacional (ou referencial) diz respeito ao tipo de atividade em curso; a interpessoal caracteriza-se pelo tipo de relação entre os participantes e a textual relaciona-se com a forma como o texto organiza as outras duas metafunções (Carvalho, 2010: 72).

Se Halliday assim o pensou para o texto, outros conduziram a ideia para o caso da imagem. Gunther Kress e van Leeuwen (2005) também apreciam a ideia de que o modo visual serve as três funções fundamentais. No que diz respeito à função ideacional, consideram que qualquer sistema semiótico tem de ser capaz de representar aspetos de um mundo exterior ao seu sistema de signos. Ou seja, deverá ser capaz de representar objetos e relações entre eles, fora do sistema relacional. No que toca à função interacional, os autores explicam que todo o sistema semiótico deve projetar as relações entre o produtor de um signo e o recetor. Por exemplo, uma pessoa retratada pode dirigir-se diretamente ao visionador através de um olhar direto para a câmara. Esta situação transmite um

sentimento de interação entre a pessoa retratada e o visionador. A situação contrária, ou seja, em que a pessoa retratada não olha diretamente para a câmara, pode transmitir uma sensação de ausência, levando o visionador a sentir-se na posição de *voyeur*, ou seja, vê sem ser visto. Por fim, relativamente à função composicional, Kress *et. al* (2005) defendem que um sistema semiótico deve ter a capacidade de formar textos que compõem signos coerentes entre si e em relação aos contextos em que e para os quais são produzidos. Segundo os autores, nesta função coloca-se a questão das diferentes disposições composicionais que permitem apresentar diferentes significados textuais.

### Um retrato de saúde

Considerando que este trabalho também pretende constituir um mote para uma possível reflexão sobre o papel da fotografia no jornalismo impresso de saúde, torna-se fundamental, antes de qualquer análise, perceber o que realmente se entende por imagem, isto porque, a fotografia é, na sua essência, uma imagem.

Há, portanto, variadíssimas formas de interpretar o conceito de imagem e isso depende usualmente do contexto em que se está a pensá-la. Segundo Contrera e Hattori (2003), lembrados por Silveira, a imagem é "um termo que comumente utilizamos para designar representações gráficas ou verbais de algo que existe ou poderia existir" (2005: 114). Neste sentido, pode dizer-se que imagem é a representação de determinada coisa por semelhança a essa mesma.

É neste contexto que Joly (1996) considera a analogia um "ponto comum entre as diferentes significações da imagem", sendo que, para o autor, "uma imagem é, antes de tudo, algo que se assemelha a alguma coisa" (Silveira, 2005: 114). Neste encadeamento, aprez lembrar que "semelhança (similaridade) e imitação (*mimesis*) existem, principalmente desde Agostinho, como as características clássicas da imagem" (Santaella & Nöth, 2008: 37). Desta forma, "as imagens como semelhança de signos retratados pertencem à classe dos ícones" (*ibidem*).

A este propósito, Silveira lembra-nos que a "imagem é citada como exemplo de ícone, pois a qualidade de sua aparência é semelhante à qualidade da aparência do objeto que representa" (2005: 116). Ou seja, segundo a autora, "o ícone é um signo que tem alguma semelhança com o objeto representado" (*ibidem*).

Sobre o mesmo assunto, Santaella e Nöth recordam que "a categoria de ícone foi concebida por Peirce de forma mais geral e compreende também formas não visuais, por

exemplo, acústicas ou mesmo táteis, olfativas ou também formas conceituais de semelhança sónica" (2008: 38). Para esta dupla, o postulado de que as imagens têm uma relação de semelhança com os seus objetos de referência (e que, por isso, são signos icónicos), é não apenas senso comum, como também "foi partilhada por filósofos deste Platão sem ser questionada por muito tempo" (2008: 39). De acordo com os autores, "a característica de semelhança entre o signo da imagem e o seu objeto de referência é também uma das causas para a polissemia do conceito de imagem" (Santaella & Nöth, 2008: 38).

No mesmo encadeamento, mas cerca de duas décadas antes, W. Mitchell (1986) estabeleceu uma classificação para as imagens, segundo uma abordagem mais didática. Para o estudioso da Iconologia<sup>1</sup>, as imagens podem ser gráficas – o caso das pinturas, estátuas e desenhos –, óticas – nomeadamente imagens criadas através da projeção e espelhamento –, percetuais ou percetíveis – o caso das imagens que se apresentam através dos sentidos e da aparência, dados de ideias ou fenómenos –, mentais – imagens que chegam a partir dos sonhos, memórias, fantasias ou ideias – e, por fim, imagens verbais – tornadas reais através das palavras, nomeadamente com recurso a metáforas e descrições (Silveira, 2005: 114 e Santaella & Nöth, 2008: 36).

Apesar de sugerir esta classificação, não se coloca totalmente de parte a ideia de que pode existir uma fusão entre os conceitos que permitem a compreensão do significado da imagem. Isto reflete-se, por exemplo, na mistura de uma imagem verbal – gerada por uma metáfora – com uma imagem mental de onde resulta um pensamento (*ibidem*).

Para lá desta classificação, Joly (1996) entende que a imagem não se caracteriza apenas por ser um signo icónico ou figurativo, uma vez que pode combinar distintos materiais que constituem a mensagem visual. Nesta ordem de ideias, para o autor,

"a mensagem visual pode ser construída com signos icónicos, que dão a impressão de semelhança com a realidade, jogando com a analogia percetiva e com os códigos de representação herdados pela tradição de representação ocidental, e com os signos plásticos, que correspondem aos componentes da imagem como a cor, as formas, a composição e a textura" (Silveira, 2005: 115).

Assim, para Joly, perante todas as teorias que trabalham a imagem, aquela que melhor trata o conceito e que o aborda de uma forma mais globalizante é a teoria semiótica. Neste contexto, Joly realça que, para uma melhor compreensão da imagem, é importante considerar que ela é heterogénea, e que abrange "diferentes categorias de signo:

---

<sup>1</sup> Iconologia - ciência que trata do discurso em imagens e sobre imagens (Silveira, 2005: 114).

tanto as imagens, no sentido teóricos do termo (signos icónicos, analógicos), quando os signos plásticos e os linguísticos, estes relacionados à linguagem verbal" (Silveira, 2005: 115).

Santaella e Nöth consideram que o conceito de imagem pode ser pensado segundo um campo semântico determinado por dois polos opostos: "um descreve a imagem direta perceptível ou até mesmo existente. Outro contém a imagem mental simples, que, na ausência de estímulos visuais, pode ser evocada" (2008: 36).

Mota-Ribeiro lembra a relação de condicionalismo existente entre a imagem e a sociedade, assim como a "pertinência da imagem como modo de análise do social" (2005: 69). Segundo a autora, as imagens podem ser encaradas como espelhos do mundo e têm a "capacidade de refletir e de ser resultado desse mundo", assim como "irradiadoras de representações e comportamentos sociais" (*ibidem*).

A realidade é que, de um ponto de vista semiótico ou através de outras abordagens teóricas, a imagem tem sido um objeto de estudo amplamente trabalhado nas áreas da linguagem e da comunicação (Silveira, 2005: 113). Uma das grandes vantagens apontadas aquando da comparação entre texto e imagem é, certamente, o facto de a imagem ser universal, pois, conforme atesta Silveira, "vence a barreira da linguagem, podendo, através de um entendimento imediato, ser compreendido por pessoas de língua e cultura diversas" (2005: 113). Ainda assim, importa não descurar aqui outra das grandes virtudes da imagem que é, sem dúvida, o facto de permitir uma leitura rápida e atraente, comparativamente com o texto escrito.

De forma sucinta, Jewitt e Oyama consideram que "*any image... not only represents the world... but also plays a part in some interaction*" (2001: 140).

Buitoni entende que a imagem tem lugar entre o imaginário e a realidade. No ponto de vista da autora, "a instrumentação técnica traduz sob uma forma gráfica uma perceção humana do mundo" (Buitoni, 2007:104). Assim, a representação mental e as técnicas podem ser associadas, sendo que "a instrumentação concretiza a ligação entre o imaginário e o real ao fabricar uma imagem" (*ibidem*).

Neste contexto, e para compreendermos o poder que a imagem encerra, devemos pensar além da imitação realista e fidedigna que esta implica. Isto porque, conforme Silveira alerta, "representações remetem a representações, duplicando-se até se multiplicarem ao infinito, deixando os referentes, os estados de coisa, as atualidades, para trás" (2005: 11). Para a autora, "a imagem torna-se mais que real; a natureza é reduzida à aparência da aparência". Perante isto, "obcecados pelo realismo, podemos discutir inutilmente a



autenticidade da imagem até que os nossos discursos nos anestesiem" (*ibidem*). Para Silveira, é desta forma que nos habituamos a uma perda do referente, em que "a realidade atual, física e concreta que nos chega aos sentidos passa a ser de uma irreabilidade vertiginosa que temos dificuldade em admitir" (*ibidem*). A autora sintetiza a ideia da seguinte forma: "só é real aquilo que for traduzido em imagens" (Silveira, 2005: 11). Contudo, esta situação gera um processo paradoxal, uma vez que, por um lado, temos as imagens purificadoras do real e, por outro lado, temos uma realidade que restringe "o exame institucional dos princípios que governam as imagens" (Silveira, 2005: 112).

Perante tal ideia, de certa forma, a imagem não tem que ser interpretada, já que tem um efeito eficaz e imediato. Isto acontece porque, o modo de produção da imagem é partilhado tanto com o produtor como com o recetor (*ibidem*).

Assim sendo, pode dizer-se que, para compreender uma imagem, é necessário enquadrá-la num contexto, no "interior do sistema unificador que a produziu" (Silveira, 2005: 13). Neste sentido, Silveira afirma: "engana-se quem procurar interpretar imagens simplesmente a partir de uma expressão de mestria técnica e individual - ainda que isso exista - duplicando o mundo exterior sem mediações culturais" (2005: 14). "As imagens corporificam conceções culturais coletivas" (*ibidem*).

Neste contexto, podemos pensar no contributo de Santaella e Nöth que nos dizem que "o estudo da imagem é, assim, um empreendimento interdisciplinar" (2008: 13). Para estes autores, "imagens são objetos materiais, signos que representam o nosso meio ambiente visual" (Santaella & Nöth, 2008: 15). Neste sentido, acreditam que não há imagens que não sejam representações visuais de outras imagens que surgiram na mente de quem as produziu ou, concomitantemente, "não há imagens mentais que não tenham alguma origem no mundo concreto dos objetos visuais" (*ibidem*).

Nesta ideia, o conceito de representação torna-se fulcral, sendo, por isso, necessário apresentar genericamente o que os autores em causa entendem por representação. Assim, e antes de mais, representação será um dos conceitos unificadores dos dois domínios da imagem. De acordo com Santaella e Nöth,

"o âmbito da sua significação situa-se entre a apresentação e a imaginação e estende-se, assim, a conceitos semióticos centrais como signo, veículo do signo, imagem ('representação imagética'), assim como significação e referência" (2008: 16).

Contudo, o conceito de representação é alvo de uma série de contributos para a sua definição, variando em função dos autores, das épocas e dos contextos em que escrevem.

Tendo já sido abordado o conceito de imagem e alguns dos aspetos que o acompanham, será também oportuno abordar a questão da fotografia. Segundo Madalena Oliveira, "a fotografia jornalística é, por definição, a que melhor se presta ao cumprimento da função referencial da mensagem visual" (2011: 277). Ainda assim, nem sempre esta função é filha única, sendo que, não raras vezes, as funções: emotiva, poética e expressiva são de grande destaque. Neste contexto, a autora considera que "as imagens usadas na imprensa tendem a servir-se de mecanismos que procuram a criatividade para se tornarem relevantes" (Oliveira, 2011: 277), contrariamente ao que acontece no caso das imagens publicitárias, por exemplo.

Do ponto de vista de Ana Santos, a imagem jornalística deve ser entendida como um "recurso de mediação visual que, em articulação com o texto verbal, busca gerar conhecimentos e esclarecimentos sobre a realidade" (2009: 1). Assim sendo, no contexto jornalístico, a fotografia é tida como uma expressão visual da realidade, uma vez que constitui uma espécie de recorte do real e permite uma sensação de presença do referente, aquando da receção.

Gunther Kress e van Leeuwen (2005) defendem que as estruturas visuais não têm como função reproduzir apenas estruturas da realidade. Na verdade, criam versões da realidade baseadas em interesses sociais das instituições, grupos ou indivíduos que produzem as imagens. Portanto, o que os autores argumentam é essencialmente que as imagens são ideológicas, já que os produtores dos signos visuais escolhem sempre o modo que consideram mais adequado para expressar da melhor forma aquilo que querem mostrar.

Assim, informar, tendo como suporte a imagem, requer uma escolha que resuma o acontecimento. Essa escolha é feita por parte do profissional que, desta forma, mediatiza o facto real. Talvez por isso, Walter Benjamin tenha dito que "é uma natureza diferente a que fala à câmara e aos olhos; diferente principalmente na medida em que em vez de um espaço impregnado de consciência pelos homens, surge um outro embrenhado pelo inconsciente" (1992: 119).

Oliveira lembra, pois, que "a ligação entre a fotografia e o jornalismo está, quiçá, desde sempre, marcada pela tentativa de uma abordagem estética da realidade, uma espécie de *mise en forme* dos factos" (2011: 277).

De acordo com Martin Joly, a fotografia "deve testemunhar a realidade do acontecimento pelo seu traço visual, conferindo assim à atualidade registada um carácter de verdade" (2005: 209). René Huyghe (1986) não é da mesma opinião e faz uma crítica,

considerando que a proliferação da imagem, "encarada como instrumento de informação, precipita a tendência do homem moderno para a passividade" (Huyhe, 1986: 10).

Contudo, Mauad considera que "a ideia de que o que está impresso na fotografia é a realidade pura e simples já foi criticada por diferentes campos do conhecimento, desde a teoria da percepção até à semiologia pós-estruturalista" (1996: 3). O autor aprofunda a ideia e explica que "a própria crítica à essência mimética da imagem fotográfica já envolve um exercício de interpretação desta imagem, datado e, por conseguinte, historicamente determinado" (*ibidem*). Para Mauad, a postura crítica relativamente ao realismo fotográfico "ultrapassa os processos de desconstrução discursiva, retomando, em outro nível, a questão do referente, ou ainda da materialidade da imagem fotográfica" (1996: 4). Se por um lado a fotografia é considerada um testemunho, que "atesta a existência de uma realidade", por outro lado, deve ser considerada "um produto cultural, fruto de trabalho social de produção sógnica" (Mauad, 1996: 11). Assim, para o autor, importa perceber que "numa dada sociedade, coexistem e se articulam múltiplos códigos e níveis de codificação", estes códigos são responsáveis por atribuir significado ao universo cultural dessa sociedade, além do facto de serem construídos através de uma prática social, não podendo nunca serem tidos como entidades 'ahistóricas'.

Na mesma ordem de ideias, Gunther Kress e van Leeuwen (2005) salientam que a leitura de uma imagem depende do que ela contém e do que o visionador, socialmente situado, traz para essa mesma imagem. Isto porque o que o visionador transporta para a imagem é o produto da sua experiência individual, mas também, e sobretudo, do seu posicionamento em estruturas sociais marcadas por diferenciais de poder.

Talvez por isso Mauad afirme que "a fotografia comunica através de mensagens não verbais, cujo signo constituído é a imagem", uma vez que a produção da imagem é, essencialmente, um trabalho humano de comunicação e se baseia em códigos estipulados em sociedade, possuindo "um carácter conotativo que remete às formas de ser e agir do contexto no qual estão inseridas como mensagens" (1996: 12).

Na opinião de Buitoni, "a maioria dos estudiosos da imagem aponta a natureza indicial da fotografia como um elemento fundante de seus usos e aplicações" (2007: 104). Assim, "o vínculo físico entre o referente e a foto é a pedra de toque que justificou a credibilidade e a veracidade dessa reprodução técnica" (*ibidem*).

De acordo com Ana Santos, tradicionalmente, o fotojornalismo<sup>2</sup> acarreta uma função muito específica, sendo ela a de permitir ao leitor "ver, através das imagens, situações e circunstâncias que efetivamente tomaram lugar na dimensão factual – funcionando como uma espécie de experiência de mundo emprestada" (2009: 1).

Contudo, nem todas as fotografias podem ser consideradas desta forma, destacando-se, aqui, o caso da ilustração fotográfica. Segundo Santos, a ilustração fotográfica é "um tipo de fotografia encontrada na imprensa que não se configura como uma captura do real, sendo, ao contrário, produzido em estúdio e/ou posteriormente montado e manipulado para acompanhar as matérias jornalísticas" (2009: 2). Na opinião da autora, contrariamente ao que acontece com outros tipos de fotojornalismo, a ilustração fotográfica "não é captada diretamente do mundo factual e não se desenvolve a partir de uma preocupação em reinstaurar uma dimensão factual ou em servir à finalidade testemunhal" de contato direto com a realidade (*ibidem*).

Voltando à fotografia, para Sousa (2000), embora esta tenha sido vista como um registo da verdade, o que aconteceu foi que, com o tempo, passou-se do regime da 'verdade' para o regime do 'credível'. Para justificar isto, Sousa afirma o seguinte: "no final do século XIX, manipulavam-se as imagens em função de objetivos que em nada tinham a ver com a verdade, mas, de fato, unicamente com o credível" (Sousa, 2000:10). Neste sentido, para o autor torna-se difícil estabelecer uma noção de fotojornalismo. Por um lado, porque há uma grande "variedade de profissionais que nem sempre apresentam 'unidade na expressão e convergências temáticas, técnicas, de abordagens e de pontos de vista'" (Felz, s/d: 3) e, por outro lado, porque existem alterações provocadas pelo envolvimento da publicidade.

De acordo com Buitoni, "a imagem jornalística tem sido a obtida por técnicas que podemos generalizar como aparatos fotográficos" (2007: 103).

Considerando os valores do discurso jornalístico (objetividade, transparência, verdade, entre outros) a fotografia tornou-se também ela "uma reprodução confiável do

---

<sup>2</sup> Sousa define fotojornalismo da seguinte forma: "atividade que pode informar, contextualizar, oferecer conhecimento, formar, esclarecer ou marcar pontos de vista (opinar) através da fotografia de acontecimentos e da cobertura de assuntos de interesse jornalístico" (2000: 13).

De um ponto de vista da história do fotojornalismo, foram precisos mais de 50 anos a partir da invenção da fotografia para que esta começasse a ser usada por jornais e revistas.

Segundo Ivan Giacomelli, pesquisas norte-americanas fazem crer que a primeira impressão direta de uma fotografia na imprensa só aconteceu em 1880, no jornal *The New York Graphics*, de Nova Iorque. Contudo, o investigador Jorge Pedro Sousa refere que já entre 1871 – 1877, o mesmo teria acontecido em jornais e revistas europeias (2008: 22). Mais tarde, na década de 80, este processo de impressão de fotografias tornou-se mais comum e foi sendo aperfeiçoado.

real, assim como arquivos fotográficos dos órgãos do estado e a fotografia usada como prova judicial" (Buitoni, 2007: 104). Na opinião do autor, "a imagem fotográfica contemporânea, entendida e trabalhada na sua complexidade poderia trazer formas mais expressivas e informativas ao jornalismo" (Buitoni, 2007: 110).

Por outro lado, Mota-Ribeiro considera que a relação entre imagem e sociedade é uma questão "polémica" e "complexa", mas, em simultâneo, "profícua, em termos de reflexão teórica e de aplicações práticas" (2005: 67).

Não sendo o propósito deste trabalho apresentar uma análise detalhada das imagens publicadas sobre saúde nos jornais portugueses, não foi possível deixar de notar que, embora haja a ideia de que a imagem é icónica, tal não acontece nesta temática.

Na realidade, as imagens de saúde não representam por semelhança a realidade que pretendem ilustrar, daí que não possam ser consideradas icónicas. Podem sim, ser tidas com indiciais. Se pensarmos na classificação sógnica de Peirce, as imagens de saúde são tendencialmente indiciais, pois estamos na presença de uma experiência subjetiva que reporta à herança cultural do visionador.

A doença é, talvez, uma das ideias mais trabalhadas nos artigos de saúde. Sendo a doença um estado que não é possível materializar, ou seja, que não se vê numa imagem, não há a hipótese de estabelecer uma relação de semelhança entre a realidade e o que conteúdo da imagem, isto é, uma relação icónica. De certa forma, a imagem escolhida para este trabalho pode configurar um bom exemplo para se entender esta ideia.



Figura 1 - *In* Diário de Notícias de 1 de dez. de 2012 (pág. 14)

Publicada no jornal Diário de Notícias, a 1 de dezembro de 2012, a fotografia acompanhava um texto noticioso cujo título era: "Doentes com HIV pedem ajuda para comer".

Efetivamente, a questão da doença é o tema principal do artigo e não existe qualquer relação de semelhança na imagem. Na verdade, não sendo a doença algo visível, não é possível ao visionador perceber que a mulher retratada tem HIV. Ora, é aqui que entra o visionador enquanto ser socialmente situado de que Gunther Kress e van Leeuwen (2005) nos falavam. A presença do laço vermelho na folha que a mulher segura é a única referência ao HIV. Apesar de não fazer uma menção direta, o laço é mundialmente reconhecido e associado ao HIV, pelo que o visionador, ao olhar para a imagem, sabe, à partida, que se trata desta temática. Por isso mesmo, o laço pode ser considerado como o signo indicial desta imagem.

Se formos mais ao pormenor, e fizermos uma análise à luz dos contributos de Gunther Kress e van Leeuwen, podemos arriscar e afirmar que esta imagem configura uma representação concetual, uma vez que encerra uma espécie de classificação da realidade

social. O participante da imagem - a mulher - representa uma classe - a dos doentes com HIV. Além disso, a imagem conta-nos algo que aconteceu, algo que existe.

Relativamente a este assunto do HIV, segundo Pinto-Coelho, ao funcionar sob o regime medicalizado, somático e internalizado da representação do VIH/SIDA, este tipo de representação "significou uma continuidade na tradição humanitária da fotografia documental, expressa no uso de imagens do indivíduo (corpo e face) para significar assuntos sociais" (2010: 336). Para a autora, este tipo de estratégia tanto desperta nos visionadores um sentimento humanitário face às 'vítimas inocentes', como "contribui para reforçar a "ideologia da responsabilidade individual" pela saúde, característica da nova ordem social neo-liberal (Crawford, 2006 *in* Pinto-Coelho, 2010: 336).

A autora salienta também que "dar uma face à SIDA, substituir imagens negativas por imagens positivas, mostrar as pessoas a viver com o VIH/SIDA, em vez de a morrer com SIDA, parece ter significado a introdução de um discurso humanitário" (*ibidem*). Contudo, Pinto-Coelho acredita que este processo tem vivido contradições, assim como evidencia uma necessidade de exteriorizar o perigo.

No que diz respeito à classificação visual de que nos falam Gunther Kress e van Leeuwen, consideramos que não existe aqui uma classificação natural, mas sim social, uma vez que se trata de um assunto de foro social. Neste segmento de imagens, os participantes adquirem um papel de portadores ou de atributos.

Neste caso concreto, o laço vermelho constitui o atributo simbólico. De acordo com os autores, um atributo simbólico configura um objeto saliente na representação, através do tamanho que ocupa da imagem e da cor que apresenta. No caso específico do laço, o facto de ocupar uma localização central na imagem e o apresentar uma cor vermelha forte, torna-o visível e importante para a análise da imagem no seu todo.

Quanto ao portador, podemos afirmar que, nesta imagem, esse papel está a ser representado pela mulher. Podemos ainda referir que existe uma relação entre o portador e o atributo, sendo que ambos posam para o visionador.

Tratando, agora, de questões menos centrais, mas igualmente importantes, é de mencionar o *background* da imagem, que é liso e fora de foco. Esta situação é, segundo Gunther Kress e van Leeuwen (2005), uma situação típica de imagens que possuem um propósito interacional. Nestes casos, o olhar domina, como se comprova pelo olhar da mulher no meio da imagem. Apesar de o seu rosto estar escondido por detrás da folha de papel que esta segura, a verdade é que foi criado um buraco na imagem que permite ao visionador estabelecer um contato com o olhar da mulher e vice-versa.

De acordo com os autores, importa também, nesta análise, dar conta do ângulo em que a imagem foi tirada - ângulo oblíquo. Esta situação permite-nos dizer que o que se vê na imagem não faz parte do mundo do visionador, ou seja, a escolha deste ângulo, acaba por estabelecer uma espécie de barreira entre o que se visiona e a realidade que se vivencia. Nestes casos, Pinto-Coelho lembra que "o outro que é mostrado pode suscitar pena, pode mesmo ser motivo de empatia e de identificação, mas permanece sempre como o outro" (Pinto-Coelho, 2010: 336). E acrescenta que este tipo de imagens permite encarar o doente como alguém diferente e a doença como uma propriedade do outro, criando-se fronteiras socioculturais (*ibidem*). Perante isto, o doente - ou, neste caso, a mulher representada - torna-se útil por personificar "tanto as qualidades abstractas da doença, como as qualidades imaginadas do outro" (*ibidem*).

Numa outra perspetiva, o facto de estar representada uma mulher também é uma questão relevante. De acordo com Mota-Ribeiro, existe uma abordagem do género que é vincadamente sociocultural (2005: 19). De certa forma, o olhar da mulher adquire uma força. A este propósito, Foucault diz-nos o seguinte: "É o facto de ser constantemente visto, de ser sempre suscetível de ser visto, que mantém o indivíduo disciplinado na sua sujeição (1975: 187). Talvez por isto, Mota-Ribeiro diga que "a mulher toma consciência da sua função de objeto do olhar (...) e age de acordo com esse papel" (2005: 34). A autora lembra também o contributo de Tseëlon que afirma: "as mulheres estão sempre em palco, sempre observadas, sempre visíveis: não dispõem de uma região de bastidores, literal ou simbolicamente" (1995: 74).

Por fim, é possível dizer-se também que esta imagem é uma imagem subjetiva, em que, por um lado temos o visionador - que é limitado pelo que a fotografia mostra - e, por outro lado, temos a possibilidade de este se identificar com o ponto de vista codificado na imagem. De qualquer das formas, perante uma imagem, podemos sempre aceitá-la ou rejeitá-la, mas, acima de tudo, devemos compreendê-la. Ainda assim, a perspetiva com que se olha a imagem coloca, impreterivelmente, uma barreira entre o visionador e os participantes representados.

Deixando agora um pouco de parte a análise no conteúdo da imagem, e no que diz respeito à questão da fome, que também é assunto da notícia, já não se pode afirmar que existe uma associação da fotografia ao texto. Desta forma, a imagem parece, aqui, ser um ponto de vista escolhido pelo fotógrafo para marcar a temática. Talvez este ponto de vista seja parte da tal função emotiva, poética ou expressiva de que nos falava Oliveira (2011).



Neste sentido, pode dizer-se que a fotografia assegura o papel informativo, mas não na sua totalidade, já que não permite uma visão geral dos factos noticiados.

### **Notas finais**

Não sendo uma "conclusão", mas antes um conjunto de reflexões, deixam-se, aqui, alguns pontos importantes que foram tocados no trabalho.

Neste artigo, abordámos questões como o conceito de saúde, referindo que este tem sofrido metamorfoses, passando de um direito social para uma escolha do indivíduo (Stotz, 1993: 5). Fizemos também referência a Ribeiro (1994) que entende que a saúde "varia em função do contexto histórico e cultural, social e pessoal, científico e filosófico, espelhando a variedade de contextos e a experiência humana" (Araújo, 2004: 34).

De modo a contextualizar o trabalho, enquadrámos a questão da semiótica social, apontando, entre outros, o contributo de Carvalho (2010), que contempla a semiótica social como uma disciplina ou uma linha de pensamento que "concebe os textos de uma perspectiva multimodal, incluindo os diferentes recursos semióticos através dos quais a linguagem é realizada" (2010: 71).

Num ponto seguinte, tratamos a questão do próprio conceito de imagem. Entendemos, em consonância com Santaella e Nöthm, que o conceito de imagem pode ser pensado segundo um campo semântico determinado por dois polos opostos: "um descreve a imagem direta perceptível ou até mesmo existente. Outro contém a imagem mental simples, que, na ausência de estímulos visuais, pode ser evocada" (2008: 36).

Fizemos também referência a Gunther Kress e van Leeuwen (2005) que defendem que as estruturas visuais não têm como função reproduzir apenas estruturas da realidade. Efetivamente, concebem versões da realidade baseadas em interesses sociais das instituições, grupos ou indivíduos que produzem as imagens. Portanto, as imagens são ideológicas, já que os produtores dos signos visuais optam sempre pelo modo que consideram mais adequado para expressar da melhor forma aquilo que querem mostrar. Os mesmos autores salientam que a leitura de uma imagem depende do que ela contém e do que o visionador, socialmente situado, traz para essa mesma imagem. Isto porque o que o visionador transporta para a imagem é o produto da sua experiência individual, mas também, e sobretudo, do seu posicionamento em estruturas sociais marcadas por diferenciais de poder.

No que diz respeito à imagem de saúde, de uma forma geral, é possível afirmar que não é, à partida, icónica, mas sim indicial. Na realidade, as imagens de saúde não representam por semelhança a realidade que pretendem ilustrar, daí que não possam ser consideradas icónicas. De acordo com a classificação sógnica de Peirce, as imagens de saúde são tendencialmente indiciais, pois estamos na presença de uma experiência subjetiva que reporta à herança cultural do visionador.

As imagens de saúde não são, pois, representativas da realidade, nem têm um carácter vincadamente informativo, já que a doença, por exemplo, não é algo visível ou retratável. Neste caso, há claramente uma associação, ainda que indireta, ao tema, mas, para que o visionador compreenda o que vê, é necessário que seja socialmente contextualizado.

Nesta abordagem, é igualmente importante considerar a relevância de estar representada uma mulher, considerando a existência de uma abordagem de género marcadamente sociocultural.

Por fim, será também de destacar o facto de a imagem ter uma grande importância na forma como dá a ver ao visionador aquilo que lhe é explicado no texto noticioso, embora, por norma, lhe mostre o que é retratado como algo que não pertence ao mesmo mundo em que realmente vive.

## Referências Bibliográficas

- Araújo, I. (2004). *Aprenhem doença, educam para a saúde*. Universidade do Minho
- Barthes, R. (1980). *A Câmara Clara*. Lisboa: Edições 70.
- Benjamin, W. (1992). *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Relógio D'água.
- Berkowitz, D. (1987). TV News Sources and News Channels: A Study in Agenda-Building. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 64. doi: 10.1177/107769908706400231
- Berkowitz, D. (1992). Who sets the media agenda? The ability of policymakers to determine news decisions. In J. D. Kennerly (Ed.), *Public opinion, the press, and public policy* (pp. 81-102). Westport.
- Buitoni, D. (2007). Fotografia e jornalismo: da prata ao pixel - discussões sobre o real. *Líbero*, 20, 103-111.
- Carmelo, L. (2003). *Semiótica. Uma introdução*. Lisboa: Europa-América.
- Carvalho, F. (2010). Os significados sociais construídos pela primeira página de jornais Mineiros. *Linguagem em (Dis)curso*, 10, 69-89.
- Contrera, M., & Hattori, O. (2003). *Publicidade e Cia*. São Paulo: Thompson.
- Descardec, M. (2002). Ler o mundo: um olhar através da semiótica social. *Educação Temática Digital*, 3, 19-26.
- Felz, J. (s/d). *A fotografia de imprensa nas primeiras décadas do século XX – o desenvolvimento do moderno fotojornalismo*. Artigo apresentado no VI Congresso Nacional de História da Mídia, Niterói.
- Foucault, M. (1975). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, Nova Iorque: Pantheon Books.
- Giacomelli, I. (2008). Critérios de noticiabilidade e o fotojornalismo. *Discursos fotográficos*, 4, 13-36.
- Halliday, M. (1978). *Language as social semiotic*. Londres: Edward Arnold.
- Huyghe, R. (1986). *O Poder da Imagem*. Edições 70.

- Jewitt, C., & Oyama, R. (2001). Visual meaning: a social semiotic approach. In T. v. Leeuwen & C. Jewitt (Eds.), *The Handbook of Visual Analysis* (pp. 134-156). Londres: Sage.
- Joly, M. (2005). *As imagens e os signos*. Lisboa: Edições 70.
- Kress, G. & Leeuwen, v. (2005). *Reading Images. The grammar of visual design*. Londres: Routledge.
- Kreps, G. (2012). Translating Health Communication Research Into Practice: The Importance of Implementing and Sustaining Evidence-Based Health Communication Interventions. *Atlantic Journal of Communication*, 20, 5-15.
- Mauad, A. (1996). *Através da Imagem: Fotografia e História Interfaces*. Artigo apresentado nos 90 anos da Avenida Rio Branco, Rio de Janeiro.
- Lopes, F., Ruão, T., Marinho, S., & Araújo, R. (2012). *A saúde em notícia entre 2008 e 2010: retratos do que a imprensa portuguesa mostrou*. *Comunicação e Sociedade*, 129-170.
- Mauad, A. (1996). *Através da Imagem: Fotografia e História Interfaces*. Artigo apresentado em 90 anos da Avenida Rio Branco, Rio de Janeiro.
- Martins, M., Miranda, J., Oliveira, M., & Godinho, J. (2011). *Imagem e Pensamento*. Grácio Editor.
- Mota-Ribeiro, S. (2005). Retratos de mulher - Construções sociais e representações visuais no feminino. Porto: Campo das Letras.
- Mourão, J., & Babo, M. (2007). *Semiótica – Genealogias e cartografias*. Coimbra: Minerva.
- Neiva, E. (1993). Imagem, história e semiótica. *Anais do Museu Paulista*, 1.
- Oliveira, M. (2011). Da fotografia de imprensa à fotografia de arte: quando a actualidade se presta ao olhar artístico. In M. Martins, J. B. d. Miranda, M. Oliveira & J. Godinho (Eds.), *Imagem e Pensamento*. Coimbra: Grácio Editor.
- Pinto-Coelho, Z. (2010). VIH/SIDA nos jornais portugueses: construções visuais e linguísticas, discursos e género. *Discurso & Sociedade*, 4. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.
- Renaud, L. & Sotelo, C. (2007). *Comunicación y Salud: Paradgmas Convergentes*. Observatorio Journal, 2. pp. 215-226.
- Santaella, L., & Nöth, W. (2008). *Imagem. Cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras.
- Santos, A. (2009). A ilustração fotográfica como recurso retórico: um olhar sobre a fotografia no jornalismo de revista. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba*, 2.
- Silveira, J. (2005). A imagem: interpretação e comunicação. *Linguagem em (Dis)curso*, 5, 113-128.
- Sousa, J. P. (2000). *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Chapecó: Grifos.
- Sousa, J. P. (s/d). Estereotipização e discurso fotojornalístico nos diários portugueses de referência: Os casos do Diário de Notícias e Público. Retirado de: <http://F:/Universidade/Doutoramento/Semi%C3%B3tica/Estereotipiza%C3%A7%C3%A3o%20e%20discurso%20fotojornal%C3%ADstico%20nos%20di%C3%A1rios%20portugueses%20de%20refer%C3%A2ncia%20%20Os%20casos%20do%20Di%C3%A1rio%20de%20Not%C3%ADcias%20e%20P%C3%BAblico.htm>
- Tseñlon, E. (1995). *The Masque of Femininity*. Londres: Sage.
- Stotz, E. (1993). *Enfoques sobre educação e saúde*.
- \_\_\_\_\_. Semiótica. (s/d). Infopédia. Enciclopédia e Dicionários Porto Editora. Retirado de <http://www.infopedia.pt/pesquisa.jsp?qsFiltro=0&qsExpr=semi%C3%B3tica>.
- Xavier, C. (2006). Mídia e saúde, saúde na mídia. In A. Santos (Ed.), *Caderno mídia e saúde pública*. Belo Horizonte.